

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE ECONOMIA  
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**OS CUSTOS DE FORMAÇÃO DO MÚSICO NO BRASIL  
NA INGLATERRA**

RAFAEL DE MELLO DUARTE  
Matrícula nº.: 102981368  
E-mail: rafamello@gmail.com

ORIENTADOR (A): Prof. Fábio Sá Earp  
E-mail: saearp@ie.ufrj.br

Rio de Janeiro/ 2010

UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO  
INSTITUTO DE ECONOMIA  
MONOGRAFIA DE BACHARELADO

**OS CUSTOS DE FORMAÇÃO DO MÚSICO NO BRASIL  
NA INGLATERRA**

RAFAEL DE MELLO DUARTE  
Matrícula nº.: 102981368  
E-mail: rafamello@gmail.com

ORIENTADOR (A): Prof. Fábio Sá Earp  
E-mail: saearp@ie.ufrj.br

Rio de Janeiro/ 2010

*As opiniões expressas neste trabalho são de exclusiva responsabilidade do autor.*

Dedico este trabalho a minha namorada Luciana Seabra, por todo seu amor, confiança e apoio em minhas investidas pelo mundo musical.

Aos meus eternos parceiros musicais – Tony Peixoto, Felipe Zero, Fábio Bonaffe, Sandro Labre e Felipe Mascote – pelos anos de alegria em que estivemos juntos ensaiando e fazendo shows.

E aos meus avós maternos, que ainda vivos, porém passando problemas de saúde. Força e fé sempre!

## **AGRADECIMENTOS**

Este trabalho não seria viabilizado sem a ajuda de diversos profissionais. Dentre eles, agradeço primeiramente ao meu orientador Fábio Sá Earp por parte da bibliografia cedida e por suas opiniões acerca de qual rumo eu deveria dar a este estudo acadêmico. Agradeço também e muito aos profissionais da indústria da música do Brasil e da Inglaterra que aqui participaram, tais como Karen da Premier Drums, Marino da RMV instrumentos musicais, Álvaro da Krest Cymbals e ao baterista Luiz Makarra.

Sou muito agradecido a minha namorada, Luciana, que por meio de opiniões pós leitura deu uma colaboração para que esta monografia pudesse ficar ao alcance de pessoas leigas com relação ao conteúdo abordado dos capítulos.

Por fim, quero agradecer aos professores que além do meu orientador foram marcantes em minha formação de economista, são eles: Rolando Gárciga, Maria Sílvia Possas, Edmar Fagundes, Ronaldo Fiani, Reinaldo Gonçalves, Lúcia Kubrusly, Viviane Luporini, Antonio Licha, Nelson Chaulfun e René de Carvalho.

## **Resumo**

A monografia tem por objetivo estudar quais são os custos absorvidos pelo músico durante o período de sua formação musical. Para isso será também abordado e analisado de forma crítica as condições adversas que particularmente cada músico enquanto cidadão enfrenta em seu país.

# Índice

<b>INTRODUÇÃO.....</b>	<b>08</b>
 <b>CAPÍTULO 1: A ECONOMIA DA MÚSICA NO CONTEXTO DAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS</b>	
1.1. O CONCEITO DE INDÚSTRIA CRIATIVA.....	09
1.2. AS PROPRIEDADES DA INDÚSTRIA CRIATIVA.....	09
1.3. O CONCEITO DE LAZER SÉRIO.....	11
1.4. “ART FOR ART’S SAKE”.....	11
1.5. O MERCADO FONOGRAFICO.....	12
 <b>CAPÍTULO 2: A RENDA E OS CUSTOS DOS PRATICANTES DE MÚSICA</b>	
2.1. OS CUSTOS DE VIDA.....	17
2.2. A INDÚSTRIA DE INSTRUMENTOS MUSICAIS.....	23
 <b>CAPÍTULO 3: ALTERNATIVA PARA OS MÚSICOS NOS 2 PAÍSES</b>	
3.1. A ARTE DE FORMAR NOVOS TALENTOS.....	25
3.2. AS POSSIBILIDADES DE SE VIVER DE MÚSICA.....	27
 <b>CONCLUSÃO.....</b>	 <b>32</b>
 <b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....</b>	 <b>33</b>

## Introdução

Quanto custa formar um músico? Esta é uma pergunta que em princípio não é simples como parece. Por detrás dela há um arcabouço de elementos econômicos pertinentes a ambos os países – Brasil e Inglaterra – como emprego, impostos, custos de vida, renda e principalmente a forma como que ela se distribui na sociedade. Além disso, há o valor atribuído por cada uma das sociedades à importância da Cultura como um fator relevante ou não. No Brasil, cultura é artigo de luxo e restrita a uma minoria da população classificada como classe média à classe rica em que estas auferem de condição econômica suficiente para o consumo de eventos culturais como shows, espetáculos teatrais e circenses, em que todos estes cobram preços exorbitantes para a realidade social brasileira. Embora alguns esforços venham sendo feitos por parte do poder público como o “Viradão Cultural”, que contou com shows gratuitos de inúmeros artistas consagrados do país pelos diversos pontos da cidade do Rio de Janeiro, Cultura continua sendo pouco acessível ao povo em geral.

A monografia pretende inferir de que forma o músico inserido no contexto da realidade sócio – econômica e cultural de seu país poderá ou não obter acesso livre a música, a aquisição de instrumentos musicais e a uma maior disponibilidade de tempo para se dedicar a sua arte.

Para responder a questões complexas como essas até aqui citadas este trabalho acadêmico impescindiu de uma pesquisa mediante uma literatura internacional, revistas e artigos técnicos brasileiros, bem como também com opiniões fundamentadas de músicos e educadores profissionais.

No capítulo 1 começamos abordando sobre o que se trata a indústria criativa como um dos ramos estudados pela Economia do Entretenimento, suas características, peculiaridades e propriedades, o conceito de lazer sério e o mercado fonográfico sob uma perspectiva história de toda sua transformação vivenciada até o presente momento. No capítulo 2 será abordado inicialmente os custos de vida dos cidadãos no Brasil e na Inglaterra tais como moradia, alimentação e transporte, pois esses são custos fixos e inevitáveis e que incidirão sobre a reta orçamentária do músico e por fim, a indústria dos instrumentos musicais que sofrerá uma tributação determinada pela legislação em vigor de cada um dos países e que será repassado ao preço final pago pelo consumidor (músico). No último capítulo, finalizemos mostrando o papel central que um Estado pode cumprir para facilitar o surgimento e formação de um número maior de músicos e, além disso, quais são as reais condições de se viver profissionalmente da música.



## CAPÍTULO I – A INDÚSTRIA CRIATIVA

Nesse capítulo encontram-se os conceitos e propriedades de Indústria Criativa descrito pelo economista inglês Richard Caves, bem como também o conceito de lazer sério. Posteriormente é identificada a natureza do conceito “*art for art’s sake*” e o que mudou com as transformações no mercado que o profissional encontra pela frente.

### ***1.1. Conceito de Indústria Criativa.***

Economistas por todo mundo tem estudado um número considerável de diferentes setores industriais, suas particularidades e especialidades, tais como a indústria química, farmacêutica e alimentícia. No entanto, uma indústria em particular vem sendo ignorada por boa parte dos estudiosos: Trata-se da Indústria Criativa que o economista inglês Richard Caves a definiu como sendo todas aquelas atividades em que a criatividade humana é a principal fonte de consumo. Caves tratou com muito afinco do estudo dessa indústria e estava focado em saber de que forma as atividades que a compõem estavam organizadas da maneira em que estavam. Sobre essas atividades entendemos a música, o cinema, artes visuais, rádio, televisão, editoras, turismo e qualquer outro laço de entretenimento.

### ***1.2. Propriedades das Indústrias Criativas.***

- “*Nobody Knows*”: São bens de experiência à medida que ninguém sabe se a obra artística fará sucesso ou não. Um filme, uma música, um livro, são exemplos de bens de experiência visto que o consumidor só saberá se gosta após experimentá-lo. O plano de marketing usualmente implantado pela indústria é fornecer uma amostra grátis do produto com o objetivo de aguçar a curiosidade dos consumidores.
- “*Sunk Costs*”: São custos fixos e irrecuperáveis. Imagine uma situação em que um conjunto musical após 95% de disco já produzido deixa de existir por motivos quaisquer. Portanto, possibilidade de prejuízo direto para a gravadora, produtores e qualquer um outro profissional que estivesse trabalhando diretamente no orçamento deste disco.
- “*Arte pela arte*”: Mesmo sendo mal remunerado o artista mantém-se determinado em prol de sua arte, pois para ele o dinheiro é apenas um fator secundário. O seu ideal de busca prima pela satisfação pessoal, reconhecimento de seu talento, status e prestígio, denominado por Caves de Rendimentos não monetários.

- “*Problemas de organização de produção*”:
  - i. *De Logística*: São problemas que decorrem na ótica da Logística, em que aplicar os recursos como espaço e dinheiro da maneira mais eficiente possível não são das tarefas mais tranquilas. Como um exemplo bem sucedido no Brasil tem o PROJAC, maior centro de produções audiovisuais da América Latina e pertencente à Rede Globo, em que lá se torna possível a cada produção artística construir e desconstruir uma quantidade infinita de cenários além de manter a equipe toda concentrada num mesmo local de trabalho. Não se torna preciso locar estúdios a preços exorbitantes por horários limitados, nem mesmo efetuar gastos em transportar o elenco para cada estúdio de gravação. Obtém-se uma drástica redução de custos mesmo com o aumento da produção, na qual se denomina economias de escala.
  - ii. *De relações trabalhistas*: O ambiente de trabalho muitas vezes se torna pouco amistoso em função de ciúme, vaidade e egoísmo por parte de artistas renomados que não conseguem conviver pacificamente com os demais em situação de igualdade. Desta forma exigem por meio de um contrato diferenciado redigido com uma série de cláusulas que deixe explícito sobre o tratamento especial que pleiteiam como, por exemplo, hospedagem de luxo, uma equipe técnica particular e um alto salário que comprove o status que o artista em questão alcançou ao longo da carreira.
- “*Listas A e B*”: A idéia é que se ganha dinheiro pagando barato e não vendendo caro. Em outras palavras, o diretor ao definir o elenco do filme ou da novela contrata uma atriz de pouca expressão e ainda desconhecida do grande público, tipo B, para contracenar com um ator famoso e consagrado, tipo A. Como bom exemplo tem a minissérie “Presença de Anita” da TV Globo em que a jovem e desconhecida atriz, Mel Lisboa, protagonizou ao lado do já consagrado ator, José Mayer. Ao fim da trama a atriz Mel Lisboa alcançou fama, prestígio e sucesso por um salário muito abaixo do pago ao primeiro escalão da classe artística brasileira e seu trabalho teve a mesma repercussão que uma outra atriz renomada teria. Portanto, isto permite que orçamentos bem controlados sejam montados.
- “*O tempo voa*”: Nada atende ao padrão de exigência do autor. O dia possui vinte e quatro horas e tempo perdido não se recupera. Há exigências quanto ao cumprimento do cronograma, há pressão do tempo e, portanto uma jornada de trabalho precisa ser bem estruturada com os afazeres bem definidos e distribuídos ao longo do dia. É claro que estamos falando de profissionais, por outro lado um artista amador tem tempo mais que suficiente para remexer quantas vezes quiser na evolução de sua obra artística sem ter que se preocupar com o fator tempo.

- “*Variedade Infinita*”: A linha de criação não possui limites. É possível termos composições das mais diversificadas possíveis, que, portanto irão agradar aos mais diversos gostos dos consumidores por entretenimento.
- “*Mothley Crew*”: Haverá um especialista para cada função específica do evento. Um show ou concerto não contará com apenas um funcionário responsável por toda projeção do som, por exemplo. O evento terá diversos especialistas como engenheiro de áudio, técnico de PA, técnico de sonorização e um especialista por acústica convivendo entre si e cumprindo as metas que lhes são dadas.

### ***1.3. Conceito de Lazer Sério.***

O uso do tempo é o ponto de partida para a definição conceitual do *lazer sério*. O tempo está convencionalmente dividido entre tempo de trabalho (atividade remunerada e serviços domésticos), tempo para cuidados pessoais e tempo livre. É este último que nos interessa, pois engloba todas as atividades de entretenimento que vão desde as mais próximas ao ócio (como ver televisão e ficar sentado no sofá pensando na vida) até atividades que demandam uma grande quantidade de dispêndio de tempo e que muitas vezes se confundem com o próprio trabalho que podemos chamar de *lazer sério*.

### ***1.4. “Art for art’s sake”***

Inicialmente devemos compreender a economia da música como sendo um dos ramos da indústria criativa estudado pela economia do entretenimento.

A economia da música é algo bem peculiar e excepcional, ou quase isso. Uma das características marcantes que a difere das economias de outros setores se dá pela preferência por trabalho dos artistas, pois ao passo em que estes auferem um percentual a mais de renda sentem-se inerentemente estimulados a investir maior quantidade de tempo trabalhando em detrimento de horas de lazer. Literalmente, os músicos abrem mão de suas vidas pessoais, seus amigos, família, são taxados de anti-sociais, em prol de poder dedicar mais tempo ao estudo de seu instrumento musical com o objetivo de aperfeiçoar a sua técnica.

Tudo isso parece muito óbvio se considerarmos que essas pessoas têm como profissão algo que para elas seria inevitavelmente um hobby e que, portanto, fazem com inata paixão.

Contudo, a grande maioria dos músicos é mal remunerada e necessitam de um segundo emprego, classificado por eles como entediante, mas que vai lhes permitir um melhor padrão de vida e um razoável poder aquisitivo para investir em instrumentos musicais, aluguel de estúdio, produção de seu CD independente, entre outros. Normalmente são empregados como garçom, pintor, jardineiro, balconista, mas tendo em vista que há uma notável diferença de distribuição de renda entre Brasil e Inglaterra,

o músico inglês se permite ocupar menos tempo em seu segundo emprego<sup>1</sup> para passar mais horas empenhado naquilo que é o verdadeiro prazer de sua vida: a música.

O fato da renda média dos artistas ser inferior em comparação a de muitas outras profissões e tendo em vista que a maior parte desses artistas necessitam de um segundo emprego como âncora de sua subsistência, confirma a hipótese de que na média os artistas são predispostos a desviar qualquer meta por dinheiro em troca de rendimentos não monetários mesmo que usufruindo de um baixo padrão de vida. Como exemplo pense que um engenheiro por mais que realizado e bem sucedido em sua profissão jamais trocaria seu tempo de lazer ou seu tempo com a família para construir prédios por puro hobby mesmo que lhe fosse concedido essa oportunidade. Do contrário não é difícil imaginar que se um estabelecimento qualquer abrisse suas portas para músicos se exibirem os mesmos certamente iriam aportar por lá e se apresentarem de graça se preciso ou até mesmo pagando caso fosse. Evidente que para eles ter o seu talento reconhecido, a sua obra cantada e aclamada, obter status, satisfação pessoal, é um privilégio e o suficiente para acreditarem que o caminho a ser percorrido compensa qualquer dinheiro a mais que pudessem estar recebendo em outras profissões.

Muito se discute na Inglaterra sobre a atuação do governo auxiliando essa grande maioria de músicos mal remunerados por meio de subsídios, donativos ou qualquer outro meio de assistência econômica - social. Por outro lado, há uma forte corrente política que conspira contra programas de caráter assistencialistas sob o argumento de que o país estaria incentivando o surgimento de novos músicos e consequentemente disseminando mais pobreza pelo país. Ainda segundo eles, o governo deveria auxiliar apenas músicos já bem sucedidos, pois estes sim poderiam num curto intervalo de tempo colaborar para a elevação da renda média do país.

### ***1.5. O Mercado fonográfico.***

Até o final da década de noventa o mercado fonográfico se caracterizava por ser extremamente concentrado e dominado pelas gravadoras multinacionais, como Universal Music, Sony Music, BMG, Warner e Virgin, verdadeiras gigantes do setor. Estas, por meio de economias de escalas, obtinham vantagens competitivas que lhes davam um soberbo poder de mercado e criavam barreiras à entrada que naturalmente intimidavam qualquer gravadora de médio e pequeno porte interessadas em uma fatia do mercado. Vejamos que economias de escala seriam essas:

- *Em confecção:* Produzir um CD é bem custoso, porém suas cópias subseqüentes são muito baratas.
- *Em distribuição:* O envio de uma grande remessa de produtos para um determinado local particular é mais barato do que se em poucas unidades.
- *Marketing:*
  - i. A gravadora libera seu artista consagrado para participação em algum programa de grande audiência, mas em troca exige que esse mesmo programa posteriormente convide um artista de seu elenco que ainda seja desconhecido perante o público nacional.

---

<sup>1</sup> Melhor remuneração por hora de trabalho e maior flexibilidade do mercado de trabalho

- ii. Desconto no preço para lojistas que fizerem encomendas em grande quantidade. Normalmente para compras acima de um determinado valor as lojas também conseguem isenção do valor do frete de suas encomendas.
- *Custos financeiros:* Investir em um novo artista envolve muitos riscos para as gravadoras, pois não há como saber se ele fará sucesso ou não. Uma forma de minimização dos riscos é diversificar os investimentos ao longo de um vasto leque de artistas de diferentes segmentos musicais. No entanto, especificamente no Brasil a solução geralmente adotada pelas gravadoras é a de optar em seguir alguma tendência musical do momento, portanto iminente de lucros, e apostar o máximo possível na contratação desses artistas do gênero musical em questão. Para ilustrar em exemplos tivemos o rock nacional da década de 80, o sertanejo na primeira metade da década de 90 bem como o pagode e o axé na segunda metade da mesma década e por fim, o forró entre 2000 e 2005.

Por toda essa estrutura uma grande gravadora com boa reputação e estabilizada no mercado possui fácil acesso para promover um novo músico nas principais emissoras de rádio, TV e internet do país, bem como promover pocket shows em praças públicas e lojas de discos. Consequentemente por toda sua infraestrutura de produção, distribuição e gerenciamento apresentam uma capacidade de minimização de seus custos culminando numa predisposição muito maior ao lucro do que uma pequena gravadora.

Em suma, o novo artista precisava assinar contrato com uma dessas gigantes do mercado fonográfico, pois lhe faltava experiência no “*mainstream*”<sup>2</sup>, precisava de custeio para sua carreira a nível nacional e principalmente garantir a exposição de seu trabalho nas principais mídias do país. Por tudo isso músicos já bem sucedidos não necessitariam mais estar vinculados as grandes gravadoras, porém ainda assim nelas continuavam por meio de contratos milionários que lhes rendiam muito mais dinheiro do que se resolvessem arriscar fundar sua própria gravadora.

Para gravadoras de pequeno porte a solução do ponto de vista estratégico que lhes restam é se unir em uma parceria comercial a uma grande gravadora no momento de lançar um novo artista no mercado ou ainda que seja relançar um artista já esquecido pela mídia, que de maneira prática requer os mesmos senão maiores esforços que de um novato. Foi o que aconteceu quando em 1997 a pequena e então nova no mercado, Indie Records, conseguiu transformar nomes como os estreantes LS Jack, Vinny e Tribo de Jah, assim como os já conhecidos, porém esquecidos do grande público Luiz Melodia, Jerry Adriani e Jorge Aragão em grandes vendedores de discos. Todo o orçamento para a produção dos discos partiu da própria Indie Records, porém toda a logística de distribuição dos discos da Indie pelas lojas de todo o Brasil foi feito pela Universal Music.

Os métodos econômicos que orientavam a indústria fonográfica da década de cinquenta até a década de noventa pouco se alteraram, mudando apenas as formas de reprodução e gravação utilizadas por esta. No final da década de noventa, os

---

<sup>2</sup> Circuito de artistas que detém sucesso comercial e são noticiados pela grande mídia.

executivos ainda comemoravam os números em relação às vendas das mídias, pois não havia até aquele momento nenhuma possibilidade concreta que conseguisse ao menos preocupar a indústria da música. Este panorama mostrou-se inalterado até o momento em que o estudante americano Shaw Fanning, então com dezenove anos, desenvolveu uma ferramenta de busca de formatos digitais sonoros que reunia usuários com o intuito de troca de arquivos. Apesar de Fanning ter elaborado o *Napster* com a concepção de apenas reunir seus conhecidos da faculdade para trocar canções, o surgimento deste *software* iniciaria a maior crise já sofrida pelas gravadoras desde o início do século.

A digitalização da música proporcionou diversas mudanças nos métodos de produção, gravação e distribuição das músicas. Nichos digitais formados por novos consumidores contribuíram para que houvesse uma brusca alteração dos consumidores, que estão deixando de comprar mídias físicas como discos em vinil, CD ou cassete, e migrando de vez para o meio digital. Sob a ótica do consumidor, adquirir uma dessas quaisquer mídias físicas se faz necessário despende algumas horas em busca do produto pelas lojas e consequentemente gastar dinheiro ou ainda pesquisar entre seu seletivo grupo de amigos com o inconveniente de pegar emprestado. Por outro lado, os arquivos de música digital podem ser encontrados muito rapidamente e trocados pelos usuários num curto intervalo de tempo, gratuitamente e sem precisar sair de casa. Em decorrência disso os usuários também assumem um novo papel sendo à base de divulgação e reconhecimento dos artistas, colocando a importância das gravadoras em questão.

A partir da popularização da música digital na internet, a indústria da música viu-se diante de uma nova tecnologia que não havia sido criada por esta, e que iniciou uma nova era da música, na qual a livre distribuição começou a ameaçar a hegemonia das gravadoras, provocando uma conjuntura perigosa para a sobrevivência das empresas responsáveis pela divulgação de músicas. Essa alteração na forma de relacionamento entre autor e a sociedade foi justamente um dos maiores fenômenos populares na história da música: o formato digital proporcionou, de fato, uma série de mudanças no âmbito de distribuição e produção das músicas.

Com a difusão da Internet pelos milhares de lares domiciliares e estabelecimentos comerciais a indústria fonográfica passou a focar o seu maior desafio que é trazer de volta aquilo que tiraram de suas mãos.

As redes sociais tiveram um papel de fundamental importância na medida em que ocorre a integração e o compartilhamento de arquivos sonoros através de sites de relacionamentos legitimamente utilizados de modo a tornar facilmente acessível à obra de um ainda desconhecido músico perante o cenário musical de todo o mundo. O *MySpace* obteve um êxito muito grande entre seus usuários justamente por permitir o “upload” de novas canções e as tornarem públicas através dos perfis criados pelos usuários. Tem como especialidade apresentar as bandas independentes permitindo o contato direto, online e gratuito entre artista e público, inclusive com a possibilidade de baixar o arquivo em *MP3*. Outro site de relacionamento e comumente usufruído como uma ferramenta eficiente de divulgação de seus respectivos trabalhos é o site *Orkut*, onde é possível divulgar shows em comunidades que agrupem nichos musicais afins e, sobretudo postar vídeos performáticos sobre algum ensaio ou show. Sobre a divulgação de vídeos não se pode omitir a importância do site *Youtube*, literalmente gratuito e acessível para usuários de todo mundo.

Através destes exemplos de conectividade entre a sociedade e o artista, percebe-se que a forma de divulgação dos trabalhos na rede mundial ocorre de

forma democrática e ramificada, proporcionando um alcance muito maior de ouvintes, sendo que as gravadoras não assumem o posto único de canal emissor. O ouvinte acaba, indiretamente, exercendo esta função de apresentar aos seus conhecidos as suas preferências musicais, contribuindo para o reconhecimento de um artista.

E mais, a partir daquelas ferramentas apresentadas anteriormente, tem-se como consequência uma particularidade restrita ao ambiente virtual, que são os nichos formados por usuários, de número ilimitado, que possuem semelhanças em seus hábitos e preferências. Justamente são essas comunidades extremamente ramificadas e específicas que auxiliam na divulgação de novas músicas permitindo uma arquitetura de participação antes inimaginável.

O maior interesse de um artista é de que sua representação cultural ou intelectual chegue a um número cada vez maior de pessoas com o objetivo de tornar-se público e, a partir deste fato, ganhar os devidos benefícios; se uma música ganha o gosto popular e se torna bastante consumida, isto significa que o talento de um determinado artista foi reconhecido. A reprodução em massa de um trabalho intelectual para o autor é bastante interessante na medida em que, com mais popularidade dentro de um cenário midiático, este artista poderá obter mais benefícios para si próprio, ganhando cada vez mais com a sua publicação.

Quando uma banda antigamente decidia tentar fugir do anonimato, o percurso era desanimador e cheio de percalços ao longo do caminho. Após a composição, os músicos tinham como único destino o contato com alguma gravadora para que esta pudesse fazer uma avaliação sobre o material recebido. Esta análise, porém, era feita somente com um objetivo específico: verificar se a canção era comercial ou não. Entretanto, outros atributos como a performance, as vestimentas e o público-alvo também eram avaliados.

Atualmente o músico mesmo que ainda desconhecido nacionalmente não depende mais de um contrato com uma das majors já citadas como meio de sobrevivência para a sua vida artística. Com todas as modificações estruturais impulsionadas pela era digital, que deu a liberdade de escolha e autonomia sobre o seu repertório ele condiciona a possibilidade de fechar acordo com alguma gravadora somente se houver conexão ideológica com o que seu trabalho propõe somado a um investimento sério tanto financeiro quanto de mídia. É o caso, por exemplo, da bem sucedida banda brasileira de rock, Forfun, que na atual fase do lançamento de seu terceiro disco voltaram a ser independentes como eram antes dos dois primeiros discos lançados por um selo de grande porte com distribuição de uma grande gravadora, mas que não descartam voltarem ao elenco de uma gravadora se dadas condições acima forem atendidas. Através de seu próprio site os roqueiros do Forfun disponibilizam todo seu material para downloads gratuitos, Blog, agenda de shows e também se relacionam nos sites orkut, twitter, myspace, fotolog e seguem bem sucedidos dessa maneira.

Portanto, com o advento das tecnologias digitais e da pirataria as gravadoras multinacionais se enfraqueceram demais e o mercado desconcentrou de suas mãos e consequentemente os lucros se dispersaram num mercado que se tornou cada vez mais turbulento. As suas então vantagens competitivas já não são tão mais diferenciais a ponto de manter em seus elencos artistas renomados. Estes mesmos adquiriram conhecimentos de contabilidade e direito, muita coragem e arriscaram inaugurar a própria gravadora, mais precisamente um selo musical, gerindo a partir de então o próprio rumo de suas carreiras. Foi o que fez o consagrado cantor Lobão em 1999, aprendiz e pioneiro da idéia no Brasil após romper seu contrato de

maneira nada amistosa com a gravadora Universal Music. Lobão pôs seus discos com brinde de uma revista sobre sua carreira para serem vendidos nas bancas de jornal pelo preço que a pirataria praticava no comércio paralelo, garantindo para si a certeza de que seu disco estaria ao alcance do grande público qualquer que fosse sua classe sócio – econômica.

Além do cantor, outros nomes expoentes do rock nacional como Dado Villa Lobos, ex Legião Urbana, e Rodrigo Santos, ex Barão Vermelho, trilharam o mesmo caminho independente de seus respectivos trabalhos, porém utilizando-se daquelas ferramentas virtuais, principalmente o *MySpace*, como forma de divulgação de suas novas carreiras, como um novo começo profissional.



## **CAPÍTULO II – A RENDA E OS CUSTOS DOS PRATICANTES DE MÚSICA**

O capítulo expõe os custos de vida que o indivíduo em seu respectivo país enfrenta observado preço e renda e, por fim, os encargos tributários sobre a indústria dos instrumentos musicais da qual o indivíduo, enquanto músico absorve.

### **2.1. Os Custos de Vida**

No Capítulo anterior dissemos que dada à diferença nas distribuições de renda entre Brasil e Inglaterra o músico inglês pode dedicar muito mais tempo ao aperfeiçoamento de sua técnica musical. Apresentar um discernimento sobre distribuição de renda será alvo de nosso estudo bem como os custos de vida que atingem diretamente a restrição orçamentária do músico de ambos os países.

As diferenças sociais e econômicas entre ambos os países são enormes, principalmente no que diz respeito à desigualdade social entre os cidadãos, que é mínima na Inglaterra, devido a uma melhor distribuição de renda e iniciativas governamentais movidas por movimentos populares.

Na economia o Reino Unido (da qual a Inglaterra faz parte) se destaca por ter o quinto maior produto interno bruto do mundo, enquanto o Brasil ocupa a oitava posição. É impressionante constatar que embora o país inglês tenha uma área geográfica menor do que o estado de São Paulo e uma população três vezes menor do que a população brasileira, ainda assim possua um PIB que representa mais que o dobro do PIB brasileiro.

De fato, a economia britânica facilita a igualdade social quando fica fácil para uma pessoa com um salário mínimo possuir carro zero e viver numa bela casa própria. Por outro lado, no Brasil para uma pessoa que receba um salário mínimo por mês fica difícil até mesmo comprar uma bicicleta.

Uma ótima métrica para comparação social entre países é o Índice de Desenvolvimento Humano (IDH), que nos fornece um cruzamento de informações relacionados a riqueza, educação e esperança média de vida no país, onde o Reino Unido ocupa a posição 21, em queda devido a reflexos da crise econômica mundial e problemas internos com a imigração. O Brasil, por deméritos próprios, figura na 70ª posição atrás até mesmo de países pouco desenvolvidos como Panamá, Líbia, Cuba, Venezuela e Trinidad & Tobago.

Neste capítulo vamos fazer uma comparação do custo de vida no Brasil e na Inglaterra bem como também vamos dar uma clareada nas oportunidades que ambos os Estados oferecem a cada um de seus cidadãos (principalmente os músicos) e até onde estes podem chegar pra ter uma qualidade de vida digna. Os custos de vida atingem diretamente a reta orçamentária fazendo com que cada cidadão escolha a melhor cesta de bens que possa ser adquirida conforme seu conjunto orçamentário, que entre outras palavras, significa o total de cestas de bens que o consumidor pode adquirir em determinados níveis de preços e renda.

De início, como medida de comparação, utilizaremos o salário mínimo, pois é a quantia mínima que um cidadão pode receber se for economicamente ativo, porém teremos que fixar a carga de quarenta horas semanais, isto porque o salário mínimo inglês se dá em pounds/hora e a flexibilidade/facilidade do vínculo empregatício é imensamente maior. Por outras palavras isto significa que se alguém quiser trabalhar apenas cinco horas e trinta minutos por semana para um determinado estabelecimento comercial é tão possível quanto se alguém quiser trabalhar sessenta e cinco horas por semana, simplesmente pelo fato que não existe uma rigidez traçada sobre a carga horária a ser cumprida.

Além disso, usaremos também a porcentagem como medida de comparação para estatisticamente sabermos o peso que cada “fatia” (transporte, alimentação, acomodação) representa no salário mensal.

A estrutura flexível do mercado de trabalho inglês cria facilidades que permite sem burocracia alguma a rápida absorção da mão de obra disponível e interessada em trabalhar. Na Inglaterra o cidadão se chegar a um lugar e quiser imediatamente começar a trabalhar ele pode apenas apresentando seu “*Insurance Number*” (IN – equivalente ao nosso CPF) e fornecendo sua conta bancária. Normalmente contratos só existem para grandes companhias, empregos que exigem qualificações específicas ou quando existe a necessidade de prover mais documentos e acertar datas de entrada e saída do emprego. Se não, normalmente há uma quantidade de turnos definidos e o trabalhador é remunerado semanalmente. Na verdade, essa remuneração semanal é interessante e uma forma diferente de lidar com suas economias do ponto de vista que raramente acontece da pessoa chegar ao fim do mês tendo gasto mais do que recebeu, já que na Inglaterra as contas são sempre acertadas a cada semana.

O salário mínimo inglês atualmente é de £5.73/hora, se imaginarmos que uma pessoa trabalha quarenta horas semanais chegamos ao montante recebido de £229.2 por semana, porém retirando as taxas, o valor exato ficaria em £195.16 (*Listen to the taxman – O Tax Code* atual é 647L). Multiplicando este valor pelas cinquenta e duas semanas do ano e depois dividindo pelos doze meses chegamos ao valor final de **£845.69**, que seria o salário mínimo na Inglaterra.

No Brasil infelizmente não existe essa flexibilidade e não estamos contando com o trabalho informal/ilegal que normalmente não tem limite de horas definido. A carga horária semanal tende a ser entre trinta e quarenta horas para a maioria dos empregos e umas vinte horas semanais para estágios universitários ou trabalhos de *trainee*. Na maioria das vezes existe o contrato somado aos benefícios trabalhistas assegurados por lei como Ticket refeição, vale transporte, seguro desemprego, seguro trabalhista, INSS e etc. O salário mínimo brasileiro mensal por lei são exatos **R\$ 510<sup>3</sup>** e este será o valor usado como medida base de comparação.

## ➤ **Alimentação:**

### ○ “*Inglaterra*”

Esta é uma questão extremamente particular para cada pessoa, pois cada um tem seu próprio gosto, ou seja, há quem goste e quem não goste de cozinhar, há os que optam pela praticidade das comidas congeladas, há os amantes de “*fast food*” e por fim os que preferem comidas requintadas. Em média o custo semanal de uma boa

---

<sup>3</sup> Fonte Portal Brasil

alimentação, incluindo café da manhã, almoço, jantar, gira em torno de £10 a £20 podendo chegar a £25.

Abaixo segue uma lista de preços atualizados dos artigos encontrados no Supermercado Asda localizado em *Bournemouth – bela cidade turística, que abrange vinte e dois quilômetros das mais belas praias da Inglaterra, recebe cinco milhões e meio de turistas por ano e conta com um baixo custo de vida.*

3 latas de Atum “John West”	£3,98
Coca-Cola garrafa 2 Litros	£1,56
Asda Rolls (folheado)	£1,15
4 latas de Guinness	£3,83
Pizza	£1,50
Filés de Peixe	£1,47
Lasanha	£1,00
Kit de enchiladas	£2,72
Pacote de <i>Fish Fingers (nugget de peixe)</i>	£1,47
Pimentão (6 unidades)	£1,47
Bold Sabão em pó (2,24 quilos)	£5,00
Bananas (1 quilo)	£0,84
Cabeça de alho	£0,48
Ketchup	£2,18
Pacote de pão de forma	£1,00
Miojo	£0,10
Caixa de leite	£0,49
Pacote de Waffles	£0,95
Pote de creme de leite	£0,64
Lentilha (500 gramas)	£0,95
Pacote de ameixas (8 unidades)	£1,00
Pacote de pêssegos (8 unidades)	£1,00
Pacote de ovos (12 unidades)	£2,98
Salsicha para <i>Hot Dog</i> (8 unidades)	£1,00
Pacote de cogumelos (250 gramas)	£0,87
Brócolis	£0,88
Pacote de tomates (6 unidades)	£0,68
Pacote de louro	£0,42
Óleo de cozinha (1 litro)	£0,98
Frango inteiro	£3,35
Cenouras (1 quilo)	£0,87
Açúcar (500 gramas)	£0,49
Pote de pesto	£1,00
Bacon	£1,23
Macarrão (Fusilli, 500 gramas)	£0,74
Molho de tomate (770 gramas)	£1,00
Carne moída (730 gramas)	£3,50
Macarrão (espaguete, 500 gramas)	£0,56
Arroz (2 quilos)	£2,57
Macarrão Tortelloni (250 gramas)	£1,78
Queijo (854 gramas)	£4,11
Margarina Flora (1 quilo)	£2,98

Mostarda	£0,98
Suco de caixa	£0,98
Maionese	£1,00
Molho de soja	£0,65

Fonte: Site [travelblog.org](http://travelblog.org)

Para uma única pessoa estima-se um gasto médio mensal de £90, que representa **10.64%** do salário mínimo inglês.

### ○ “Brasil”

Como uma boa noção de preços e quantidades usaremos como padrão o custo da cesta básica, que teoricamente é a quantidade de alimentos e produtos de limpeza e higiene necessários para uma vida digna. Tomando por base o site da **Dieese**, que apresenta o valor em diversas capitais, a média do valor se encontra em torno de R\$220, lembrando que normalmente os gastos tendem a ser maiores.

Utilizando este valor como gasto médio mensal com alimentação, a fatia percentual no salário mínimo é **47.31%**.

## ➤ **Acomodação:**

### ○ “Inglaterra”

A questão da moradia é outro assunto que também merece um destaque especial. Uma grande diferença entre o Brasil e a Inglaterra é que neste último existe um costume habitual entre as pessoas de dividirem a casa, isto é, como a acomodação é cara torna-se perfeitamente natural que várias pessoas de mesmas ou diferentes nacionalidades morem juntas numa mesma casa dividindo, entre elas, o aluguel e as demais contas.

O site mais utilizado para busca de acomodação na Inglaterra é o **Gumtree**, onde o internauta pode buscar por quartos *single* (uma pessoa), “*doublé*” (duas pessoas), *twin room* (contém duas camas de solteiro), dentre outros. Os preços normalmente são com as contas inclusas, mas caso não seja é aconselhável conversar com o *Landlord*, que normalmente é o dono da casa e também a pessoa que recebe o aluguel, para se ter uma noção geral sobre os gastos mensais. Os preços podem variar muito levando em consideração o nível de conforto encontrado na casa (acesso à internet, mais de um banheiro e etc), a sua localização e o tipo de quarto.

Um “*double room*” em *Hendon* custa £270 mensais com as contas inclusas para cada um dos moradores. Mas, se o hóspede optar por um *twin room* o gasto mensal para cada um será de £255 com as contas já inclusas. Por outro lado, se a pessoa desejar um quarto só para si mesma, nesse caso um *single room*, a média do custo mensal seria entre £75 e £110 por semana.

Então, estabelecendo uma média de £280 com gastos destinados para acomodação incluindo as contas que serão repartidas com a outra pessoa, concluímos que o valor médio estimado representa **33.1%** do salário mínimo inglês.

Vale ressaltar que o perfil das pessoas que buscam dividir moradia na Inglaterra são de solteiros em geral. Pessoas casadas e com filhos normalmente vão buscar privacidade e ainda por cima vão morar em casas muito maiores e com muito mais conforto contendo 2 *single rooms*, 2 *twins rooms*, 2 banheiros, cozinha grande, sala ampla e quintal espaçoso que custa por mês £1400 acrescidos de £250 referentes ao custeio das contas em geral.

- “*Brasil*”

Embora a prática de dividir a mesma casa não seja em tão larga escala quanto é em Londres, ela também é comum no Brasil principalmente entre estudantes que buscam moradias perto da Universidade visando economia de tempo e de gastos com transporte, como também entre profissionais solteiros e pessoas que se mudaram recentemente para passar uma temporada no país.

A cidade do Rio de Janeiro será eleita como base para nossa análise comparativa. O preço cobrado por acomodação no Rio varia conforme sua localização e conforto oferecido; há preços excessivamente baratos em lugares periféricos onde por sua vez a pessoa praticamente realizará uma viagem por dia até o seu destino e quase certamente precisará de mais de uma condução até ele. Para evitar esse constrangimento, pessoas de baixa renda buscam moradias em favelas cujo preço do aluguel varia de R\$250 a um salário mínimo podendo até passar um pouco caso seja uma favela muito “concorrida”.

Contudo, para manter o nível de comparação vamos nos basear na zona sul carioca, pois o padrão de vida se assemelha em diversos aspectos com Londres. Por meio de pesquisas através de jornais, sites e contato com pessoas próximas, a informação obtida a despeito do valor médio do aluguel para apartamentos de dois quartos incluindo condomínio e IPTU foi de R\$2.000 a R\$3.500, porém sem contar as contas de gás, luz, água, internet e telefone, apesar de que dependendo do prédio o inquilino pode ser agraciado com as contas já inclusas no valor mensal do aluguel. Estima-se em média que o valor das contas citadas totalize R\$800. Se imaginarmos quatro pessoas morando juntas num apartamento ao preço de R\$2.000 e somarmos R\$800 referentes às contas a pagar, concluiremos que cada pessoa gasta em média R\$700 com acomodação e essa quantia representa **150.5%** do salário mínimo.

## ➤ **Transporte:**

- “*Inglaterra*”

Um ponto interessante é que em Londres existem os chamados passes semanais, onde a pessoa paga um valor fixo e usa os meios de transporte quantas vezes quiser durante a semana. O “*Oyster card*” é o cartão inteligente para o transporte em Londres e a maneira mais econômica de viajar no transporte público da cidade, sobretudo porque a passagem se torna mais barata quando comprada através deste cartão chegando a um desconto de 55%. Existe no sistema “*pré-paid*” ou de passes diários, semanais e mensais. É reutilizável dando a possibilidade ao usuário de recarregar o quanto de crédito quiser e poupa tempo ao usuário, que não precisa enfrentar filas e consequentemente esperar para comprar bilhetes.

Segue abaixo uma tabela aos preços de 2009:

Metrô e Ônibus	Tarifa normal			Estudante	
Zonas	1 dia	7 dias	Mês	7 dias	Mês
1-2	£4.90	£22.20	<b>£85.30</b>	£15.50	£59.60
1-3	-	£26.00	£99.90	£18.20	£69.90
1-4	£5.40	£31.60	£121.40	£22.10	£84.90
1-5	-	£37.80	£145.20	£26.40	£101.40
1-6	£6.30	£41.00	£157.50	£28.60	£109.90

Ônibus	Tarifa normal			Estudante	
Zonas	1 dia	7 dias	Mês	7 dias	Mês
Todas	£3.50	£13.50	£51.90	£9.40	£36.10

Metrô e Ônibus		Tarifa para crianças**	
Zonas	1 dia	7 dias	Mês
1-2	-	£11.50	£42.70
1-3	-	£13.00	£50.00
1-4	-	£15.80	£60.70
1-5	-	£18.90	£72.60
6	£2.00	£20.50	£78.80

Ônibus	Tarifa para crianças**	
Zonas	7 dias	Mês
Todas	£5.00	£19.20

*Fonte: Site travelblog.org*

Como valor médio de gasto por mês com transporte nos fixemos então ao de £85.30, pois este nos remete ao trabalhador que além de utilizar o ônibus ainda precisa complementar seu percurso até o trabalho por meio do metrô. Logo, a quantia gasta com transporte representa um percentual de **10,09%** de seu salário mínimo.

### ○ "Brasil"

O preço da passagem atualmente de ônibus no Rio de Janeiro é de R\$2.20 e o bilhete unitário do metrô ao valor de R\$2.80. Então, imaginando uma pessoa que trabalha normalmente todos os dias úteis da semana, o gasto total por mês caso ela se decida pelo ônibus seria de R\$95 e o de metrô seria de R\$115. Se nos basearmos pelo

valor mais barato gasto no mês, R\$95, a fatia representada no salário mínimo é de **20.4%**.

### ➤ **Conclusão:**

O custo de vida na Inglaterra exerce um impacto de 53.83% do salário mínimo do cidadão, restando ao mesmo 46.17% que representam £390.45, para gastar da maneira que desejar.

Já no Brasil, os gastos com acomodação, transporte e alimentação representam um impacto de 218,21% sobre o salário mínimo brasileiro, ou seja, faltam 118,21% do salário mínimo, exatos R\$549.68, para o cidadão conseguir viver pagando o básico de sua subsistência sem sobrar nada para gastos pessoais.

## **2.2. A Indústria de Instrumentos Musicais**

O instrumento musical é o primeiro de todos os custos arcados pelo músico e não há como fugir disso. O músico mantém uma relação visceral com seu instrumento musical, por sua vez também seu instrumento de trabalho, chegando a passar em média oito horas diárias entre estudos, ensaios e shows.

Muitos músicos poupam dinheiro durante vários anos para adquirir instrumentos de alta qualidade. Até lá, precisam conformar-se com os modelos mais simples e com desempenho aquém do desejado. Verdade que nem sempre preço é sinônimo de qualidade. Porém, a regra vale quando se trata de instrumentos musicais. Os melhores são aqueles que ostentam marcas reconhecidas e, conseqüentemente, valores elevados. Além disso, é claro, todo músico deseja, na medida do possível, adquirir boas ferramentas de trabalho, pois, de uma forma ou de outra, o desempenho será afetado. Cabe ressaltar que a “medida do possível” está muito longe da “medida dos bolsos” dos estudantes de música. Pianos de armário, razoáveis para o estudo, chegam a custar R\$ 10 mil.

No Brasil a carga tributária pesada sobre a indústria inviabiliza a possibilidade de se produzirem ótimos instrumentos musicais por preços que caibam confortavelmente no orçamento do brasileiro. O país dispõe, felizmente, de madeiras nobres, ótimas para produção de instrumentos musicais de boa qualidade, como Bapeva, Teca, Copaíba, Pau Marfim e dispõe também de um povo repleto de musicalidade, mas, infelizmente, de alíquotas fiscais que sobrecarregam tanto nos preços dos produtos nacionais quanto nos preços dos importados a ser pago pelo músico consumidor brasileiro, que não é rico, salve exceções.

Para trazer mais riqueza de detalhes esta monografia contou com entrevistas dos representantes mais importantes da indústria brasileira e inglesa, que generosamente responderam por meio de *e-mails* a seguinte questão: *“Quais são os impostos e seus respectivos valores em porcentagem que vocês são obrigados a pagar ao governo e que conseqüentemente incidem sobre o preço final a ser pago pelo músico consumidor?”*

De acordo com Júlia Arrifano representante do departamento financeiro da Krest Cymbals, apontada por muitos bateristas como a melhor fabricante de pratos de Bateria no Brasil, os impostos que incidem sobre a venda são 0.65% do PIS + 3% do COFINS +

18% do ICMS e segundo completa Júlia, vigorou no Estado de São Paulo a Substituição tributária que incide diretamente no valor da nota fiscal desde abril de 2009, porém quem assume este imposto é o comprador.

Marino, representante da bem sucedida RMV Instrumentos Musicais, resume os impostos mais significativos pesados sobre a empresa e são eles: 18% de ICMS + 9.5% de COFINS + 12% de ICMS da Substituição tributária + 6% bem significativos de INSS sobre a folha e sobre o faturamento também, o que resulta em 45.5% do preço final. Além desses há ainda os impostos de IOF, IPTU, Imposto de importação de insumos, IPI e etc que soma ainda mais 5% totalizando por fim em 50.5% embutidos de imposto no preço final pago pelo consumidor.

Literalmente espantoso de se ver o quanto que se onera sobre o limitadíssimo orçamento do músico brasileiro a quantidade de impostos embutidos nos preços dos instrumentos musicais. Uma maior participação do governo seria fundamental, pois fabricar um instrumento de alta qualidade não é fácil, nem barato e, além disso, ninguém vai adiante com um instrumento que não venha a promover o interesse e a motivação do músico, seja ele iniciante ou experiente.

Karen, representante do setor de vendas e *marketing* da inglesa e mundialmente respeitada Premier Drums, informa que na Inglaterra o imposto sobre o preço de venda se limita em apenas 15% do VAT. O VAT é a sigla para “imposto agregado ao valor” que começou a vigorar em 1973 na Grã Bretanha. No Brasil o VAT é equivalente ao ICMS e demais impostos como o INSS e o IPI, ou seja, observe que quem paga o VAT paga apenas um imposto único.

Uma bateria Premier, modelo Olympic destinado para iniciantes, custa £289<sup>4</sup> incluindo o VAT, o que representa 34.17% do salário mínimo inglês. Por outro lado um modelo VX da RMV, destinado para os níveis que abrange do baterista iniciante ao intermediário, custa em média R\$2.520, o que representa um impacto de aproximadamente 542% sobre o salário mínimo brasileiro.

O lucro é legítimo ao setor empresarial e se obtido por via legal não há o que se contestar. A indústria de instrumento musical não pode ser a vilã desse contexto apresentado, visto que também é vítima da burocracia e da desleal carga tributária que assola o Brasil. Se fosse a indústria obrigada a assumir o pagamento dos impostos sobre toda sua produção e nada, portanto fosse repassado ao preço pago pelo consumidor, seria certo uma falência múltipla empresarial no Brasil, pois nenhuma empresa nasce para ter prejuízo.

---

<sup>4</sup> Site [drumshop.co.uk](http://drumshop.co.uk)



## CAPÍTULO III – ALTERNATIVAS PARA OS MÚSICOS NOS DOIS PAÍSES

Este capítulo tem por finalidade mostrar a função que o Estado pode exercer para patrocinar a revelação de novos talentos e, por fim, ilustra as reais condições de se exercer profissionalmente a prática da música.

### 3.1 O papel do Estado na arte de formar novos talentos

Para os primeiros mestres da teoria econômica, os fisiocratas franceses, apenas a agricultura gerava riqueza para a nação. Seus sucessores, Adam Smith e David Ricardo, adotavam a teoria do valor – trabalho. Seguindo esta última, acreditavam que a riqueza era criada pelo trabalho produtivo de qualquer tipo, tanto agrícola quanto industrial. Era controverso se o trabalho no setor de serviços criava valor, mas achavam que o trabalho despendido em quaisquer atividades de lazer – o que incluía as artes – não era produtivo, logo não gerava riqueza para a nação.

Este fato, porém, não desmerecia o trabalho artístico. Adam Smith, um professor de filosofia moral, acreditava que o investimento em educação para gerar um artista era muito mais alto do que aquele necessário para um trabalhador comum, e que o trabalho do artista gerava um benefício social e portanto deveria ser incentivado:

*“(...) se o Estado encorajasse, isto é, concedesse total liberdade a todos aqueles que, por seu próprio interesse, quisessem divertir e educar o povo, sem escândalo e sem indecência, por meio da pintura, da poesia, da música e da dança, por qualquer tipo de espetáculo e representação dramática, acabaria facilmente por dissipar, na maioria das pessoas, aquele humor sombrio e aquela predisposição à melancolia que constituem, quase sempre, o alimento da superstição e da angústia.”*<sup>5</sup>

O que Smith dizia pode ser traduzido na linguagem econômica contemporânea pelo fato de que a arte gera externalidades positivas sobre a sociedade, constituindo-se, portanto, em um bem de mérito.<sup>6</sup>

No Reino Unido, segundo maior exportador de música atrás só dos EUA, o dinheiro público para a música popular tem um papel especial. A generosa cadeia de escolas públicas de arte e o apoio governamental permitiram que a nação que nos deu Beatles, Rolling Stones e The Who nos desse também os Smiths, Jesus and Mary Chain, Gang of Four, Blur e tantos outros. As escolas de arte são diferentes agora e um programa de governo para os músicos no desemprego tem sido elaborado, mas não desmantelado.

Um desses esquemas de financiamento<sup>7</sup> foi o Enterprise Allowance Scheme (EAS), criado durante a gestão Thatcher, ajudava beneficiários do seguro desemprego a lançarem seu primeiro disco sem sair do benefício. Um famoso beneficiário foi o fundador da Creation Records Alan McGee.

---

<sup>5</sup> Citado por Benhamou (2007:16)

<sup>6</sup> Bens de Mérito são aqueles cujo consumo é socialmente desejável. Exemplos são a educação, a saúde e a segurança pública.

<sup>7</sup> O texto explica que o dinheiro serviu para muitas Bandas fecharem contratos e aparecerem no cenário musical.

O EAS não existe mais (...). E as escolas de arte que já formaram tantos nomes da música britânica se tornaram mais utilitárias nas últimas décadas, contribuindo decisivamente para um declínio da na qualidade da música da Grã-Bretanha. *“Todas as escolas de arte são centros de design industrial e perderam o espírito de permitir que pessoas em uma idade crucial de apenas ir lá, aprenderem, curtirem sem necessariamente saberem o que querem”*, diz Jamie Hewlett (fundador dos Gorillaz e criador da Thank Girl). *“Crianças e adolescentes não são permitidos a experimentar suficientemente.”*

A organização britânica UK Music está para publicar um documento delineando as estratégias para a indústria musical em 2020 e o governo vai contar com uma parte majoritária dessa visão de acordo com o chefe executivo da UK Music<sup>8</sup>, Feargal Sharkey, ex-vocalista dos Undertones. **Ele argumenta que as indústrias criativas contribuem com 6,3% a 6,4% da economia britânica.**

Segundo Sharkey, a indústria quer trabalhar com o governo britânico para garantir que a próxima geração de jovens artistas, músicos, cantores, compositores e intérpretes tenham todo tipo de ajuda e apoio que eles poderiam ter.

O executivo acrescenta que a Grã Bretanha já tem o *Arts Council England*, com um orçamento de 575 milhões de libras (US\$879 milhões) direto dos contribuintes e a Loteria Nacional para gastar com a promoção de artes no biênio 2009-2010. Mais do que os suecos ou noruegueses, a Inglaterra parece focar nas artes visuais. Por outro lado, o *PRS for Music Foundation* – uma organização independente sem fins lucrativos — tem um papel central no financiamento de apresentações musicais de todos os gêneros. Não existem dados oficiais auditados, mas a *PRS for Music Foundation* distribuiu pelo menos 1,1 milhão de libras (US\$1.7 milhão) em bolsas em 2009 (...). Entre outras coisas a fundação também custeia programas como o *British Music Abroad*, que enviou vinte e quatro shows britânicos para o festival SXSW neste ano.

Dentro da Grã-Bretanha vários países têm seu próprio Fundo das Artes. A **Escócia**, por exemplo, tem o Scotland Arts Council, que apóia nove entre as treze que se apresentaram no SXSW neste ano. O orçamento do departamento de música é de aproximadamente de 14 milhões de libras (US\$21,3 milhões) entre 2009 e 2010, o que inclui £9,75 milhões para Iniciativas de Música Jovem, um programa nacional de educação musical, enquanto o resto do dinheiro apóia principalmente músicos na Escócia e a divulgação da música escocesa internacionalmente.

Em uma boa entrevista, o baterista profissional Luiz Makarra aponta que sem uma organização social dos músicos e sem um programa cultural claro que pense nossa produção artística inserida como uma indústria é difícil termos qualidade, quantidade e uma vida em que os artistas vivam do que fazem. Preocupado observa as dificuldades da nova geração de músicos brasileiros de conquistarem mercado e acredita que o investimento do Estado pra dinamizar essa produção e de casar com a educação podem ser um passo. Em alguns lugares como em Minas Gerais e nas experiências da Abrafim e do Circuito Fora do Eixo, muita coisa tem sido feita.

Nas duas principais capitais, tal movimentação ainda é muito pequena no Brasil. Talvez por causa da longa relação dos artistas com a indústria do disco e da mídia. O comportamento ainda coloca esse pessoal no século passado ao se relacionar com a música. E viver em um mundo de comparações com antigos modelos.

Mais do que nunca, é hora dos artistas se organizarem e terem um posicionamento político. Formularem estratégias de sobrevivência e pensarem a sua

---

<sup>8</sup> Uma nova organização que representa os interesses coletivos da indústria musical do Reino Unido, desde artistas, músicos, compositores e letristas de gravadoras grandes e independentes, gerentes, editores de música, e as sociedades de gestão coletiva.

atuação do ponto de vista artístico e simbólico, mas também da importância que o trabalho deles têm dentro da economia brasileira e da visibilidade do País no mundo.

Em agosto de 2008, o presidente Lula sancionou uma lei que torna obrigatório o ensino de Música na Educação Básica no Brasil. Por enquanto, o que se sabe é que as redes têm até 2012 para se adaptar às exigências da norma. Sobre quase todo o resto, porém, paira uma atmosfera de indefinição. Haverá uma disciplina específica ou integrada ao currículo de Arte? A aula será teórica ou incluirá um componente prático? O professor polivalente poderá ensiná-la? Qual a formação mais adequada?

Uma excelente fonte para refletir sobre essas dúvidas é a obra do inglês Keith Swanwick. Professor emérito do Instituto de Educação da Universidade de Londres e formado pela Royal Academy of Music, o mais aclamado conservatório musical da Grã-Bretanha, ele criou teorias sobre o desenvolvimento musical de crianças e adolescentes e investigou diferentes maneiras de ensinar o conteúdo. Os interesses musicais dos alunos são muito variados: alguns gostam de ouvir, outros querem compor ou ainda cantar e tocar. Swanwick defende que os professores precisam dominar um leque de atividades para atender a essas demandas para respeitar o estágio em que se encontra o aluno e não tornar o ensino tão penoso a ponto de desmotivá-los.

Luiz Makarra observa que o Brasil é falho em qualquer assunto relacionado à cultura, portanto, na música, não seria diferente. Acredita que um programa de iniciação musical sério nas escolas públicas, já no nível fundamental, despertaria as crianças para boas possibilidades de habilitação futura em qualquer instrumento. E esta habilitação poderia ter mais pontos de acesso gratuito em todas as cidades. Claro que iniciativas como essas só serão possíveis quando a cultura de modo geral for encarada como formação de cidadania e não como uma atividade supérflua.

Aliás, a iniciação musical de Makarra ilustra em comum os primeiros passos de um enorme leque de outros músicos brasileiros. Começou de forma auto-didata, passando por um curso de custo mínimo de teoria musical e em seguida por dois professores particulares durante dois anos, também por um custo não tão elevado para as suas possibilidades. Assim, de posse de uma base bastante razoável passou a buscar seus próprios caminhos para aperfeiçoar o aprendizado: *“A formação do músico não requer apenas estudos específicos no instrumento. Na música popular, principalmente, a interação com instrumentistas de diferentes estilos e a curiosidade em conhecer vários tipos de linguagens, contribuem muito para que haja um amplo domínio sobre a música em que se vai atuar”*, diz ele.

Enfim, criar uma lei que torne compulsório o ensino de música pode ser uma boa iniciativa porque oferece às diferentes classes sociais oportunidades iguais de aprender. Nem todas as crianças têm a chance de frequentar um curso de música pago por seus pais em uma instituição privada. Possibilitar esse acesso nas escolas públicas é muito bom. Mas é preciso ficar atento ao conteúdo dessas aulas. Toda criança gosta de música. É natural do ser humano. Mas uma aula de música mal dada pode estragar tudo. Se ela for distante demais da realidade do aluno ou excessivamente teórica, por exemplo, o estudante pode ficar resistente ao ensino de Música e piorar a situação.

## 3.2 As Possibilidades de viver de música

Ao escolher definitivamente a carreira artística como meio de sobrevivência, o músico deve estar ciente dos riscos e incertezas inerentes a esta profissão. Ao contrário de outras carreiras tradicionais que contam com certa aparência de estabilidade trabalhista com direito a salário fixo e demais benefícios trabalhistas, o músico, normalmente um trabalhador autônomo, na maioria dos casos não possui uma rotina de vida que os faça ter horários fixos nem mesmo a noção de quando virá o próximo trabalho. Há muitas vantagens e desvantagens de seguir nessa profissão, mas uma coisa é certa: Conforme o lema popular “matar um leão por dia” se faz necessário como lei da sobrevivência.

Conforme foi visto no capítulo anterior, há lugares como o Reino Unido, por exemplo, que por sua distribuição de renda e melhores condições sócio – econômicas o acesso ao aprendizado da música se torna muito mais concreto tanto pela disposição de maior quantidade de tempo para o aprendizado de um determinado instrumento musical como muito também pela maior possibilidade de adquirir instrumentos musicais por um preço que reflita um melhor custo – benefício. Isso também vai de encontro com o valor que se é dado à prática musical em determinados países: Foi visto mais acima a política educacional que é realizada nas escolas inglesas, ao contrário do que ainda se “engatinha” no Brasil. Aliás, particularmente falando deste país, um músico se ainda não famoso e consagrado, recebe totais olhares de desconfiança das pessoas em geral. Infelizmente, a vida profissional desse músico anônimo é associada pelas pessoas preconceituosas a uma vida condenada a pobreza.

Mazelas à parte, entretanto, existem ainda que raros, os casos de apoio por parte das famílias e amigos. Um exemplo famoso a destacar é o do cantor, compositor e líder da Banda de *Rock Biquíni Cavadão* quando na década de oitenta o então estudante de Engenharia da PUC, Bruno Gouvêa, se encontrava encabulado sob que rumo daria a vida, tendo em vista a intensa agenda de shows da Banda que o inviabilizava de ter uma frequência regular à faculdade. Para poder cumprir seus compromissos artísticos ele teria que definitivamente assumir a vida de músico e trancar sua matrícula na faculdade, uma decisão difícil que o deixava muito constrangido ao trocar uma carreira convencionalmente segura por uma vida incerta e desregrada. Diante de sua mãe, ouviu dela as seguintes palavras: “*Meu filho, e desde quando ser engenheiro no Brasil é estável?*”. A partir de então Bruno não teve mais dúvidas e fez muito sucesso tornando-se um dos principais roqueiros do Brasil durante as duas décadas passadas.

A profissionalização musical, que permite muitas vezes ter a música como principal ou única fonte de renda, parece ser o sonho do amante da música, mas é algo bem complicado. Podemos analogicamente comparar o músico profissional aos grandes e antigos navegadores. Para se lançarem ao mar, num mundo de incertezas, é preciso ter muita coragem. Eles não sabiam se iam voltar, nem o que iriam descobrir. É mais ou menos isso que acontece com o músico profissional. Para apostar numa carreira onde nada é garantido, onde alcançar sucesso é algo difícil e para poucos, há muitos talentos, mas é preciso ter consciência de que os holofotes são extremamente seletivos. Por isso, é necessário amar verdadeiramente a música e ter muita força de vontade para ter fôlego suficiente a fim de superar os obstáculos nesse ardiloso caminho.

Em entrevista concedida à revista *Guitar Player*, Juninho Afram guitarrista da Banda Oficina G3 esclarece de forma muito clara no trecho a seguir: “*A carreira de músico é muito legal, mas as pessoas muitas vezes só enxergam o começo e o fim. O meio do caminho é a parte terrível. O começo é aquela época do descobrimento, você*

*começa a aprender a tocar seu instrumento, acha tudo lindo e começa a sonhar. Se você não tiver sonhos, não vai a lugar nenhum. Mas, se você quer ser músico, precisa saber que nessa profissão não há horário, não há final de semana e você precisa se dedicar sempre. Ser músico é como estar num barquinho remando contra a correnteza. Se você parar de remar, começa a regredir. É preciso estar sempre crescendo musicalmente, se atualizando. Quanto ao lado financeiro, infelizmente são poucos os que conseguem viver de música.”*

O mercado é agressivo, competitivo, há muitos músicos pra nem todas as oportunidades e uma característica peculiar deste mercado é que não necessariamente um primor de talento o artista precisa ser para atingir o auge do sucesso. A indústria, para se assegurar dos riscos que incorre sobre os vultuosos investimentos que realiza, passou a fabricar seus próprios artistas, os chamados *fakes*, com características físicas atraentes e carregando consigo um repertório de músicas da moda. Talvez, por isso consigamos entender o porquê que há muito artista ético e de talento espontâneo em estado de calamidade financeira por esse mundo afora. A seguir segue mais um trecho da entrevista de Juninho Afram mostrando quando que o músico deve decidir pela profissionalização: *“Meu conselho é que a pessoa não entre na carreira de músico sem ter o chamado Plano B, isto é, uma segunda fonte de renda”*.

Ter um Plano B é o que atualmente fazem os integrantes da Banda de Rock Os Raimundos, roqueiros que já experimentaram ao final da década de 90 e início dos anos 2000 o auge da fama e do sucesso, mas que hoje fazem shows de pequeno a médio porte e contam com uma equipe técnica numerosamente enxuta. Enquanto não retomam o sucesso alarmante, o baixista Canisso complementa sua renda mensal por meio de imóveis alugados, o baterista Caio mantém seu consultório dentário e o guitarrista Marquim dá aulas de inglês em São Paulo.

De acordo com Luiz Makarra, ser profissional (apenas instrumentista) da música no Brasil não é uma escolha, digamos, segura, como é a de um profissional liberal na área médica ou do direito, por exemplo, já que o consumo de cultura não é considerado essencial no país em que vivemos. Claro que o “viver de música” está relacionado a muitas outras coisas, como lecionar ou ser produtor musical, arranjador e etc. Normalmente os músicos exercem outras funções na música ou fora dela, além de serem somente instrumentistas nos palcos.

O músico profissional ainda hoje sente certo preconceito, visto que muitas pessoas não vêem a música como arte, mas sim como mera diversão. De todo modo o profissional que escolhe viver de música e dedica-se a ela com paixão, treina exaustivamente em busca da perfeição e, por conseguinte, possui ofertas de trabalho que vão muito além do dito popular “levar a vida na flauta”. É preciso muito esforço e disciplina além de certo talento ou tendência para a coisa. Existem algumas possibilidades de trabalho: Uma das mais cobiçadas é a de se tornar um artista famoso com prestígio e dinheiro. Uma espécie de “popstar” do tipo que aparece na mídia, vende muitos CDs e faz shows Brasil afora. Esta é, sem dúvida, uma caminhada muito árdua que só se realiza para alguns poucos escolhidos (ou “indicados”). Fora isto, é possível tocar ou cantar em barzinhos, restaurantes, clubes, etc. Aqui no Brasil, geralmente é preciso interpretar canções já conhecidas e consagradas, pouco espaço é dado para músicas inéditas.

O cachê também não é dos mais animadores e o couvert artístico muitas vezes não é repassado na íntegra para os artistas ficando em parte para a casa de espetáculos. Pode-se, ainda, tocar e cantar em casamentos, cerimônias e festas. Este mercado praticamente desconhece a crise, pois na hora de dizer o “sim” noivas e noivos vivem um sonho, algo que acontece uma única vez na vida e não se incomodam em pagar caro

para realizarem seus ideais. Esse dinheiro, porém, nem sempre vai direto para as mãos dos músicos e sim para empresários que organizam os “eventos” e contatam os clientes. O mesmo acontece com as bandas de formatura que mobilizam uma grande estrutura com músicos, bailarinos, cenário, luzes, equipe técnica, montagem, etc. Tocar ou cantar como “backing vocal” em shows de artistas renomados também pode ser bastante interessante.

Orquestras também empregam um grande número de instrumentistas além de regentes e até mesmo pesquisadores e copistas que procuram resgatar e preservar a memória musical e as obras de compositores brasileiros. Há ainda outras opções que ficam um pouco mais distante dos aplausos do público. É possível criar e gravar jingles, as músicas dos comerciais de rádio e TV, ou participar de trilhas sonoras de filmes. Há tempos não se via o cinema brasileiro com tanta força e produções de qualidade. Isto também colabora para o mercado musical. Há ainda espaço para compositores de música popular ou erudita, arranjadores, produtores, etc.

Ministrar aulas é outra possibilidade bacana de se manter na profissão compartilhando conhecimentos técnicos e teóricos com os demais. Bom, mas apesar de muitas opções, o mercado musical ainda não é bem reconhecido nem bem remunerado, de forma geral. É preciso muita competência e jogo de cintura para se viver de música, pagando todas as contas e tendo certa qualidade de vida. Alguns poucos realmente ganham muito dinheiro, mas essa não é a realidade da maioria da classe musical.

E, para que a música seja mais bem apreciada e melhor reconhecida como arte, é que se torna tão importante e fundamental o ensino da disciplina música na grade curricular das escolas. Só assim, orientando e educando as crianças desde cedo a escutar de forma consciente é que se melhorará o nível das composições e interpretações musicais bem como o reconhecimento e o pagamento mais justo dos profissionais mais talentosos.

A profissão da música e da indústria da música viram constante evolução e mudança ao longo dos anos. O Sindicato dos músicos evoluiu e mudou com eles, com um objetivo em mente de oferecer um melhor serviço músicos e uma organização democrática dedicado às suas necessidades. Como no Brasil, a Inglaterra também possui seu sindicato e observaremos que ambos possuem propostas muito semelhantes de atuação em favor do músico. A seguir falaremos um pouco sobre cada um deles, mas lembrando que no caso do Brasil, dado sua dimensão, em geral cada estado possui seu sindicato e por isso nos ateremos ao primeiro sindicato de músicos do Brasil, o SindMusi – Sindicato do estado do Rio de Janeiro.

**O SindMusi – Sindicato dos Músicos do Estado do Rio de Janeiro**, é a entidade de representação da categoria dos músicos do Estado perante a sociedade. Criado em 1907 com o nome de Centro Musical do Rio de Janeiro, o SindMusi possui uma trajetória de inúmeras lutas e conquistas. Ao longo dos seus 102 anos, atuou em favor do músico na criação da primeira tabela de cachês feita no Brasil, na batalha pela regulamentação da profissão e nas questões da democratização do cenário político brasileiro, como a campanha das “Diretas Já” e pela Assembleia Nacional Constituinte.

Atualmente, o SindMusi busca aumentar o mercado de trabalho, participando de projetos relacionados diretamente com o desenvolvimento da profissão. Além disso, oferece serviços e convênios que dão suporte aos sócios e músicos em geral como atendimento jurídico, assessoria previdenciária, divulgação, serviços médico-odontológicos, entre outros.

Não obstante a isso, a União dos Músicos do Reino Unido, da qual se insere a Inglaterra, país de interesse deste estudo, é uma organização respeitada em todo o

mundo, e que representa mais de trinta e dois mil músicos que trabalham em todos os setores do negócio da música.

Bem como a negociação em nome dos músicos com todos os maiores empregadores da indústria, a União oferece uma gama de serviços personalizados para os trabalhadores independentes, prestando assistência em tempo integral ou parcial aos profissionais e a músicos estudantes de todas as idades.

Esforçando-se para promover os direitos e interesses dos seus membros, o sindicato se empenha para assegurar que os avanços tecnológicos sejam aproveitados para promover mais oportunidades de trabalho para os músicos.

O sindicato dos músicos tem funcionários especializados em tempo integral à disposição imediata para abordar as questões levantadas pelos músicos que trabalham em espetáculos ao vivo, no estúdio de gravação, ou àqueles que se dedicam à escrita e a composição.

Os membros da UM, independentemente do seu gênero de música, fazem parte de uma das principais entidades da indústria da música na Europa e as estruturas democráticas da União oferecem todas as oportunidades para os músicos de influenciar na política de decisões da União dos Músicos do Reino Unido. Adicione a isso os muitos serviços que a União presta ao longo de sua existência que credita a si uma organização capacitada a ajudar seus membros ao longo das suas carreiras profissionais.

Unindo os laços de lá com os laços de cá, o músico baiano Anselmo Netto trocou Salvador por Londres. De início as coisas pareciam que não iam dar nada certo, chegou a retornar ao Brasil, mas depois convicto retornou a Inglaterra onde se estabeleceu definitivamente como morador e músico profissional. Nessa volta as coisas também não se ajeitaram de imediato e Anselmo precisou arrumar um segundo emprego como pintor para complementar sua renda.

Com o passar do tempo as oportunidades foram surgindo de início para tocar apenas em estações de metrô até alcançar as casas de shows mais badaladas da cidade londrina, como por exemplo, Pizza Express do Soho, Barbican, National Theatre, Royal Festival Hall, London Guitar Festival, Coventry Jazz Festival e atua como músico fixo do conceituado Night Moves. E vai mais além: *“tenho feito músicas para comerciais da TV inglesa. Fiz músicas para os dois comerciais da Kellogg’s que está passando na televisão e para o comercial da C&A, mas este só está passando na Alemanha”*, acrescenta.

A elaboração deste estudo acadêmico jamais foi a de desencorajar o músico brasileiro ou de fazer com que o mesmo tente se aventurar pelo mercado britânico. Afinal, a carreira de musical como qualquer outra requer competência e sorte, e por fim pode ser ou não bem sucedida. Enfim, dedicação, garra, comprometimento e fé compõem elementos vitais para superar obstáculos ardilosos que o músico passa para custear sua formação, da qual nem sempre esta é tão completa como ele gostaria que fosse. É por isso, que ao término de cada show os aplausos destinados àquela apresentação fazem jus também a toda superação que o artista vivenciou para ali estar.

## **Considerações Finais:**

As diferenças sociais, econômicas, políticas e culturais explicam o porquê determinados países conseguem com maior facilidade que outros formar um número expressivo de novos talentos artísticos.

Ser músico nunca foi fácil em nenhuma parte do mundo, porém em países de terceiro mundo essa dificuldade se acentua vertiginosamente. No Brasil o salário mínimo, que por definição deveria suprir as necessidades de subsistência do cidadão, é insuficiente para dar inclusão sócio-econômica ao brasileiro no que se refere à moradia, transporte, alimentação, saúde e educação. Com relação a esta, apesar do presidente Lula ter tornado obrigatório em 2008 o ensino da música na grade curricular dos colégios, o fato já consumado é que ele terminará seu mandato sem que nada ainda tenha sido feito nem como isso será implementado.

Com o que foi dito acima não é difícil perceber que cultura é artigo de luxo tendo em vista que a maioria de uma população brasileira não tem dinheiro sequer pra consertar um dente em sua boca, ou comprar um leite pros seus filhos, ou que seja apenas para manter suas contas em dia, imagine então se terá condições suficientes de arcar com os exorbitantes preços cobrados por um ingresso de cinema, teatro, show e principalmente de instrumentos musicais e aulas particulares de música.

O acesso ao aprendizado da música é estritamente elitizado, uma escola particular cobra mensalidades que gira na média de R\$150 e sabe-se que sem uma boa base de conhecimentos esse aluno não será aprovado no vestibular para o curso de música de uma instituição de nível superior, que requer um exame de habilidades específicas.

Some – se a isso que conforme explicitado no capítulo 3 música no Brasil é considerada atividade supérflua e por ser mal remunerada é também pouco incentivada pelas classes A e B como futuro profissional, mas muitas vezes estimulada como forma de entretenimento.

O cenário de uma vida próspera e saudável é muito mais notável na Inglaterra, que embora nem tudo perfeito seja, favorece que o cidadão inglês leve uma vida digna sendo capaz de custear não apenas os custos de sobrevivência à vida, mas também seus anseios pelo consumo de lazer e entretenimento.

Tal como visto no capítulo 2 os preços relativos de uma vida na Inglaterra é muito menor que no Brasil, a educação musical é obrigatória desde cedo para os alunos matriculados nos colégios, existe um ótimo índice de desenvolvimento humano, mercado de trabalho flexível, pouca desigualdade social e uma melhor distribuição de renda. Certamente é muito mais propício que a formação de novos músicos seja mais freqüente onde há razões de incentivo para isso.

De todo modo tendo se tornado um músico profissional é justo este que será responsável por tudo que decidir para sua carreira. Se a carreira será bem sucedida ou não independe de onde o dito cujo resida, mas o fato certo é que sendo a língua inglesa considerada a língua universal artistas que, portanto se expressem por ela obtém um alcance a nível mundial de sua obra artística.



## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ATTALI, J. **Bruits**: essai sur l'economie politique de la musique. Paris, Presses Universitaires de France, 1977.
- BANDEIRA, M. A assimetria tecnológica e a nova economia na sociedade global da informação. **Revista da FAMECOS**, Porto Alegre, n. 26, p. 47-55, 2005.
- BRIGGS, A.; BURKE, P. **Uma história social da mídia**: de Gutenberg à Internet. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2004.
- BURNETT, R. **The global jukebox**: the international music industry. London: Routledge, 1996.
- CASTELLS, M. **A sociedade em rede**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- \_\_\_\_\_. **A galáxia da internet**: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade. Rio de Janeiro: Jorge Zahar, 2003.
- COMPAINE, B.M.; GOMERY, D. Who owns the media? Competitions and concentration in the mass media industry. Mahwah(NJ): Lawrence Erlbaum Associates, 2000, p.285-358.
- DOLFSMA, W. How Will the Music Industry Weather the Globalization Storm? **First Monday**, vol. 5, Mai. 2000. Disponível em:<[http://firstmonday.org/issues/issue5\\_5/dolfsma/index.html](http://firstmonday.org/issues/issue5_5/dolfsma/index.html)>. Acesso em: 02 jun.2000.
- GAROFALO, R. **Rockin´out**: popular music in the USA. Needham Heights: Allyn & Bacon, 1996.
- GOEHR, A. A música enquanto comunicação. In: MELLOR, D.H. (Org.). **Formas de comunicação**. Lisboa: Editorial Teorema, 1995.
- KELLY, K. **Novas regras para uma nova economia**. Rio de Janeiro: Editora Objetiva, 1999.
- LONGHURST, B. **Popular music and society**. Cambridge: Polity Press, 1995.
- MARTIN, P. **Sounds and society**: themes in the sociology of music. Manchester: Manchester University Press, 1996.
- NEGUS, K. **Producing pop**: culture and conflict in the popular music industry. London: Edwar Arnold, 1992.
- \_\_\_\_\_. **Popular music in theory**: an introduction. Middletown: Wesleyan University Press, 1996.

OBERHOLZER, F.; STRUMPF, K. The effect of file sharing on record sales: an empirical analysis, abr. 2002. **Papers**. Disponível em: <[http://www.unc.edu/~cigar/papers/FileSharing\\_March2004.pdf](http://www.unc.edu/~cigar/papers/FileSharing_March2004.pdf)> Acesso em: 02 mai. 2002.

PATRICK, E. Peer-to-peer web sites grow 535 percent this year. *Websense Inc.* **Websense**, abr. 2002. Disponível em: <<http://www.websense.com/company/news/pr/Display.php?Release=020425100I>> Acesso em: 02 mai.2002.

PRICEWATERHOUSECOOPERS. **Global entertainment and media outlook: 2004-2008**. Disponível em: <<http://www.pwcglobal.com/extweb/industry.nsf/0/8CF0A9E084894A5A85256CE8006E19ED?opendocument&vendor=none>>. Acesso em: 18.07.04.

REBÊLO, P. O golpe da indústria fonográfica. **MP3 Box**. 08 ago.2001. Disponível em: [http://ww8.terra.com.Br/mp3box/col\\_rebelo\\_8.html](http://ww8.terra.com.Br/mp3box/col_rebelo_8.html). Acesso em: 14 out.2001.  
SHUKER, R. Political economy and popular music studies. In: SHEPHERD, J.; HORN, D.; LAING, D.; OLIVIER, P.; WICKE, P. **Continuum encyclopedia of popular music of the world**. New York: Continuum, 2003, p.98-99.  
THROSBY, D. The role of music in international trade and economic development. UNESCO, **World Culture Report 1998**, UNESCO, Paris, 1998.

\_\_\_\_\_. **The music industry in the new millennium: global and local perspectives**. Paris: Division des arts et des entreprises culturelles, UNESCO, 2002.

TUROW, J. A mass communication perspective on entertainment industries. In: CURRAN, J. E

\_\_\_\_\_. GUREVITCH, M. (Ed.), **Mass Media and Society**. New York: Routledge, 1991.

\_\_\_\_\_. **Media systems in society: understanding industries, strategies, and power**. New York:

Longman, 1997.  
VOGEL, H. L. **Entertainment Industry Economics: a guide for financial analysis**. 4ª ed. New York: Cambridge University Press, 1998.